

Кейс-метод. История развития

Кейс - метод наиболее широко используется в обучении экономике и бизнес наукам за рубежом. Этот метод зародился в Гарвардской школе бизнеса в начале 20-го века. В 1920 г. после издания сборника кейсов, деканом Wallace B. Donham был осуществлен перевод всей системы обучения менеджменту в Гарвардской школе на методику CASE STUDY (обучение на основе реальных ситуаций). Кейс методы обучения в последнее время нашли широкое распространение в медицине, юриспруденции, математике, культурологии и политологии. В России CASE - технологии больше известны разработчикам информационных систем и баз данных, чем педагогам и методистам [1].

Остановимся на особенностях CASE метода обучения экономике, его дидактических возможностях и перспективах для системы бизнес образования.

Итак, обратимся к методологическому определению кейс (от английского CASE) и кейс -метода обучения.

Ниже приведены несколько определений кейса:
Кейс - это описание реальной ситуации.

Кейс - это "кусочек" реальной жизни (в английской терминологии TRUE LIFE).

Кейс - это события, реально произошедшие в той или иной сфере деятельности и описанные авторами для того, чтобы спровоцировать дискуссию в учебной аудитории, "сподвигнуть" студентов к обсуждению и анализу ситуации, и принятию решения.

Кейс - это "моментальный снимок реальности", "фотография действительности".

Кейс - не просто правдивое описание событий, а единый информационный комплекс, позволяющей понять ситуацию. Грамотно изготовленный кейс провоцирует дискуссию, привязывая студентов к реальным фактам, позволяет промоделировать реальную проблему, с которой в дальнейшем придется столкнуться на практике. Кроме того, кейсы развивают аналитические, исследовательские, коммуникативные навыки, вырабатывают умения анализировать ситуацию, планировать стратегию и принимать управленческие решения.

Хороший CASE должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания
- иметь соответствующий уровень трудности
- иллюстрировать несколько аспектов реальной жизни
- не устаревать слишком быстро
- иметь национальную окраску
- иллюстрировать типичные ситуации
- развивать аналитическое мышление
- провоцировать дискуссию

Можно выделить 5 этапов специфицирующих создание нового кейс среди них: поиск источника кейса, сбор данных для кейса, макетирование содержания кейса, апробация кейса в аудитории, жизненный цикл кейса.

Некоторые авторы, [3-4] выделяют кейсы "полевые" (основанные на фактах из реальной жизни) и "кресельные" (основанные на вымысле авторов), "Американские" (длинные) и "западно-европейские" (короткие).

CASE могут быть представлены в различной форме (схема 1), от нескольких предложений на одной странице до множества страниц. Однако следует помнить, что большие кейсы вызывают у студентов некоторые затруднения по сравнению с малыми, особенно при работе впервые. Кейс может содержать описание одного события в одной организации или историю развития многих организаций за многие годы.



Схема 1. Формы представления CASE.

Кейс может, включать известные академические модели или не соответствовать ни одной из них.

Обучение на основе кейс - метода (CASE STUDY) это целенаправленный процесс, построенный на всестороннем анализе представленных ситуаций, обсуждения во время открытых дискуссий проблем кейсов и выработке навыков принятия решений. Отличительной особенностью кейс-метода является **создание проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни.**

Изначально кейс-метод противопоставлялся традиционному лекционному методу, и ассоциировался прежде всего с открытой дискуссией. В кейс - методе предполагается, что преподаватель руководит обсуждением проблемы, представленной в кейсе, а сами кейсы могут быть представлены студентам в самых различных видах: печатном, видео, аудио, мультимедиа (Схема 2).



Схема 2. Виды представления CASE.

Кейс метод обучения предполагает не только наличие банка кейсов, но и методические рекомендации по их использованию, вопросы для обсуждения, задания студентам, дидактические материалы в помощь преподавателю.

Кейс - метод позволяет установить оптимальное сочетание теоретического обучения и практических навыков. В процессе дискуссии, вызванной преподавателем в учебной аудитории, идет параллельное развитие студента и рассматриваемой ситуации. Умение вести дискуссию, деликатно направлять ее, терпеливо задавать наводящие вопросы, бросать вызов группе и вести студентов к завершающей фазе принятия решений - очень важная часть деятельности преподавателя.

Особенностью кейс метода обучения является его образовательная открытость с одной стороны, а с другой, замкнутость и жесткость в результативности обучения.

В организации учебного процесса это связано с тем, что преподаватель и студент одновременно и ответственны и свободны в процессе обучения.

Преподаватель ответственен за сбор и отбор учебного материала и эффективную организацию его использования. Он свободен в выборе наиболее подходящих кейсов из множества существующих. Студенты несут ответственность за подготовку к занятию и эффективное выполнение заданий по кейсу, хотя они свободны в разрабатываемых решениях и выводах, сделанных в результате анализа кейс-ситуации. Студенты могут принимать ошибочные решения, поскольку кейс-ситуации проистекает в учебной аудитории. Хотя как будущие экономисты, менеджеры они должны осознавать меру ответственности за неправильно принятое решение в реальной жизни.

Преимущества метода

- позволяет демонстрировать академическую теорию с точки зрения реальных событий
- позволяет заинтересовать студентов в изучении конкретного предмета, в контексте других предметов и явлений
- способствует активному усвоению знаний и навыков сбора, обработки и анализа информации

Навыки, развиваемые CASE

- **Аналитические навыки.** Умение отличать данные от информации, классифицировать, выделять существенную и несущественную информацию, анализировать, представлять ее, находить пропуски информации и уметь восстанавливать их.
- **Практические навыки.** Использование на практике академических теорий, методов и принципов.
- **Творческие навыки.** Одной логикой, как правило, CASE ситуацию не решить. Очень важны творческие навыки в генерации альтернативных решений, которые нельзя найти логическим путем.

- **Коммуникативные навыки.** Умение вести дискуссию, убеждать окружающих. Использовать наглядный материал и другие медиа - средства, кооперироваться в группы, защищать собственную точку зрения, убеждать оппонентов, составлять краткий, убедительный отчет.
- **Социальные навыки.** В ходе обсуждения CASE вырабатываются определенные социальные навыки: оценка поведения людей, умение слушать, поддерживать в дискуссии или аргументировать противоположное мнение и т.д.
- **Самоанализ.** Несогласие в дискуссии способствует осознанию и анализу мнения других и своего собственного. Возникающие моральные и этические проблемы требуют формирования социальных навыков их решения.

Кейсы могут использоваться на разных стадиях обучения [6]:

- В процессе обучения
- В процессе контроля

Многие российские преподаватели экономики наверняка в своей жизни использовали кейсы, при демонстрации проявлений теоретических закономерностей в реальной практике, но вряд ли кто-то использовал методику CASE STUDY. Следует огорчить тех, кому-то покажется, что любую задачу можно назвать кейсом. Поскольку учебный материал, написанный на основе обобщенного опыта или вымышленной управленческой ситуации, проблемная задачка, похожая на действительность никак не является кейсом в традиционном, классическом представлении этого понятия.

Автором статьи после прохождения стажировки по программе TACIS и знакомства с особенностями метода CASE STUDY, был разработан и опробован курс в педагогическом университете г. Красноярска, рассчитанный на подготовку будущих преподавателей экономики.

Особенность курса заключалась в интегративности и междисциплинарных связях информационных и экономических дисциплин. Целью данного курса было достижение компетентности в курсе информационных технологий и бизнес дисциплин за счет введения соответствующих содержательно - методических аспектов и использования активных методов обучения [5].

Результатом проведения спецкурса была разработка и апробация нескольких кейсов по тематике региональных и российских компаний. Среди них следующие:

1. Конкуренция на печатном рынке рекламы автотоваров (на основе газет "АВТОСТОП", "АВТОДОР", "КОМОК" и WEB-сайтов данных изданий)
2. Формы организации бизнеса (на примере корпорации "СИБЧЕЛЕНДЖ")
3. Маркетинговая деятельность фирмы в условиях рынка (на примере компании "ЛУКОЙЛ")
4. Ценовая политика авиакомпаний (на примере компании "KrasAir")
5. Сегментация нефтяного рынка России (на примерах ведущих российских нефтяных компаний)

Среди описанных кейсов можно выделить различные типы в зависимости от организации представленного в них материала и дидактических целей использования:

- Кейсы, обучающие анализу и оценке (1,3)
- Кейсы, обучающие решению проблем и принятию решений (1,4)
- Кейсы, иллюстрирующие проблему, решение или концепцию в целом (2,5,6)

На наш взгляд, основной особенностью кейс-метода является развитие творческих и коммуникативных навыков будущих экономистов, бизнесменов, менеджеров; обучение их анализу внутренних и внешних условий, оценки альтернатив, и тренировке принятия решений. В настоящий момент автор готовит сетевую версию WEB -сайта, посвященного теоретическим и практическим проблемам кейс-метода обучения, приглашает к сотрудничеству всех заинтересованных преподавателей экономики и менеджмента.